DOI: 10.11649/sm.2427

Slavia Meridionalis 21, 2021
Article No.: 2427



Citation:
Patráš, V. (2021). Pragmaštylistický profil a poverenia titulku v alternatívnej internetovej žurnalistike. *Slavia Meridionalis*, *21*, Article 2427. https://doi.org/10.11649/sm.2427

Vladimír Patráš
Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici
https://orcid.org/0000-0001-8354-3729

Pragmaštylistický profil a poverenia titulku v alternatívnej internetovej žurnalistike

Úvod

Titulok v písomnej, resp. tlačenej komunikácii ako hraničná (rámcová) zložka všeobecne predstavuje súčasť textu, ktorá obvykle a súbežne plní viaceré predurčenia a úlohy. Konvenčným, t. j. vyžadovaným, očakávaným, ale i prekvapivým poslaním titulku v žurnalistickej komunikačnej sfére je upútať pozornosť perspektívneho, resp. cieleného príjemcu, podporiť jeho ochotu zareagovať na článok či oboznámiť sa s vlastným posolstvom, sprostredkovať nosné motívy a napokon aj naznačiť žánrovú príslušnosť žurnalistického produktu, ktorému titulok predchádza. Pri predpoklade viaczložkového uplatňovania funkcií titulku v printovej žurnalistike je zo strany expedienta vhodné odstupňovať nasadzovanie funkcií a zvážiť, príp. odhadnúť ich účinky v tom-ktorom

This work was supported by Scientific Grant Agency of the Ministry of Education, Science, Research and Sport of the Slovak Republic and the Slovak Academy of Sciences No 1/0598/18 "Stylistics of mainstream electronic media of the centrist and alternative type."

Competing interests: no competing interests have been declared.

Publisher: Institute of Slavic Studies, Polish Academy of Sciences.

texte na príslušnej stránke, v novinovej či časopiseckej rubrike. Vždy je však potrebné počítať s dvoma hlavnými, spolupracujúcimi, priam „povinnými" poslaniami – vonkajším (povrchovým, formálnym) stvárnením a vnútorným (hĺbkovým, koncepčným) zameraním titulku: „Podoba a obsah titulku ukazuje aj spôsob, akým sa informuje, oznamuje a nadväzuje spojenie. Je to nielen vec komercie, ale i vec morálky. Titulok nemá byť reklamou, ale príťažlivou informáciou" (Mistrík, 1972, s. 67). Titulok „… je zmluva, dohovor medzi podávateľom a či predávateľom na jednej strane a čitateľom a či kupujúcim na druhej strane" (Mistrík, 1972, s. 68). Na nosné, obvykle navzájom späté funkcie – nominatívnu (t. j. identifikačnú, oznamovaciu) a apelatívnu (expresívnu) funkciu – ako obligatórne črty novinového titulku argumentačne poukazujú aj slavistické práce [monograficky, v historickom svetle a v porovnávajúco-analytickom usúvzťažnení v poslednom období napr. Lysakova (Лысакова, 2019)].

Zmienené charakteristiky a poukazy na podobu a predurčenia titulku v mediálnych podmienkach vyvolávajú otázku o zachovaní, rozšírení, resp. zmenách poslania titulku v podmienkach, v akých funguje a pôsobí súčasná, predovšetkým onlinová žurnalistika. Motív poodhaliť pragmaticko-štylistické (vzťahovo-funkčné) konštituenty titulku, ich usporiadanie a využitie v onlinovom prostredí sa ukazuje ako priam žiadaný. Nástojčivosť zámeru zároveň vyvoláva opatrnosť až skepsu k profilu a úlohám titulku uplatňovaného v ére tzv. nových médií. V internetovom prostredí totiž nemožno obchádzať overené technologické podmienky a komunikačné zdroje tradičných médií, ich osvedčených podstát a spôsobov prezentácie. Vo vzťahu k onlinovému titulku pritom možno kriticky zvažovať, či integrovanie pôvodných médií a multimodálnosť komunikačného prostredia, pohodlná konektivita v internetovej sieti a interaktivita komunikačných partnerov, ich používateľské skúsenosti, dorozumievacie stereotypy atď. preukázateľne „novým", zásadným spôsobom ovplyvňujú platnú paradigmu – normy a pravidlá na výstavbu a zhodnotenie titulku.

Na ploche štúdie neuvažujeme o typografických determinantoch titulku v onlinovej žurnalistike printového typu vrátane estetických zámerov, ktoré sú naň kladené. Grafiku, veľkosť a font písma, farebné stvárňovanie s technickými efektmi, rozloženie titulku na ploche atď. z hľadiska zacielenia príspevku nepovažujeme za štýlovo aktívne činitele. To ani vtedy, keď sa stávajú súčasťami a prejavmi autorskej kreativity, dizajnu periodika, redakčných zvyklostí a edičných úzov. Súbežne vyzdvihujeme náhľad, že počas príjmu mediálneho posolstva prostredníctvom obrazovky počítača, resp. komunikátora, smartfónu a pod., je podstatným a osvedčeným predpokladom na vstup do internetu „stará dobrá kultúra čítania" (Hörner, 2007),

a teda schopnosť pohotovo vnímať a vyhodnocovať formálnu (vzhľadovú) podobu titulku. Grafické vlastnosti titulku pri zbežnom, rýchlom čítaní umožňujú čitateľovi zorientovať sa v obsahu periodika (pozri Čechová et al., 2008, s. 270). V takomto poňatí sa typografické spracovanie titulku stáva súčasťou vzdelávacích kurzov (ku grafike verbálneho textu vrátane titulku cez priezor profesionálneho čítania pozri Patráš, 2011). Niektorí teoretici médií a mnohí praktickí žurnalisti akiste aj pre vizuálne pozadie a umiestnenie titulku podporujú dôležitosť fyzického rozmeru a štruktúry titulkov. Titulky akéhokoľvek druhu sú brané vážnejšie než samotné texty: kto listuje v novinách, prečíta dvakrát viac titulkov než samotných článkov (Ruβ-Mohl & Bakičová, 2005, s. 135).

V onlinovej žurnalistike pripravenej na príjem a stvárňovanie obrazových objektov, t. j. na plošné vnímanie textov s ich rámcovými zložkami, ako príznakový kvalifikátor sa nepochybne uplatňuje fyzická dĺžka (plocha) titulku, jeho rozsah, teda počet slov a súbežne morfologické charakteristiky, napr. jedinečnosť a rozloženie slovných druhov v titulku. Uvedený kvalifikátor sa v štylistických prácach pri klasifikácii titulkov oprávnene považuje za diferenciačnú okolnosť (Findra, 2013, s. 154; Minářová, 2011, s. 255; Mistrík, 1977, s. 402, 1989, s. 318; a i.). Podoba, jazyková vybavenosť a štylistika titulku sa pritom podľa väčšiny náhľadov viaže na charakteristické novinárske činnosti (spravodajstvo – publicistika), resp. na príslušné žánrové skupiny (spravodajstvo – publicistika racionálneho typu – publicistika emocionálneho typu), príp. na štylistickú typologizáciu: publicistický (žurnalistický, novinársky) štýl a na spravodajské – analytické – beletristické žánre s príslušnými štýlovými normami.

V širšom poňatí v internetovom prostredí prichádza ku konvergencii nezriedka protirečivých podmienok. Z technologického hľadiska pohodlne dochádza k prepájaniu, integrovaniu textov rozmanitého druhu a príslušnosti a k multimediálnemu spôsobu ich prezentovania. Analogicky, často, pritom už vcelku bez ťažkostí možno ako sprievodný jav multimedializácie badať splývanie, prekrývanie foriem komunikovania – ústnej a písanej formy. Podmienky a prejavy kolokvializácie, „zhovorňovania" v písaných/tlačených textoch aj v onlinovej žurnalistike už nie sú výnimočné. Deje sa tak pod vplyvom zrušenia medziosobných dištancií a vytvárania atmosféry bezprostrednosti, spontánnosti, virtuálnej blízkosti v onlinových komunikačných kontaktoch.

V dôsledku konvergencie sa zdanlivo paradoxne uplatňuje fragmentarizovanie rozsiahlych mediálnych textov. Z hľadiska objemu dát sú texty prenositeľné, ale sú viazané na veľkosť zobrazovacej plochy. Nasúvanie celého dokumentu, napr. analýzy, komentára, reportáže a pod. k adresátovi sa na webových stránkach

technicky zaručuje rolovaním po ploche dokumentu. Faktické „rozlámanie" rozmerných textov a ich dávkovanie *per partes* sa účinne zastiera získanou praktickou skúsenosťou *surfera* s rolovaním dokumentu a oslabuje sa nasadzovaním návestidiel – hyperlinkových odkazov do základnej textovej platformy. Aj bežný návštevník webových stránok si už vcelku rýchlo a bez ťažkostí navykol na rolovanie a hyperlinky. Využíva možnosť uvoľnene, nezriedka náhodne sa presúvať medzi textami rozmanitého druhu, pôvodu, kódovej podstaty, predurčenia a vplyvu. Lineárnosť tradičného textu je aj v onlinovej mediálnej sfére oslabená vznikom a jestvovaním textových sietí (na náhradu spravodajskej pyramídy sieťovou štruktúrou poukazuje autorská dvojica Ruβ-Mohl & Bakičová, 2005, s. 145). Upozornime aj na opačnú, menej priaznivú sociálno-psychologickú stránku nadobudnutej zručnosti. *Surfovanie* sa odráža aj na znížení či strate schopnosti rozlišovať napr. správu a názor, informovanie, presviedčanie, propagandu a manipulovanie, posudzovať hodnovernosť obsahu, oddeľovať hodnotu (úžitok, význam) a pseudohodnotu článkov, novín či časopisov.

V užšom, textovo-komunikačnom poňatí sa konvergencia v internetovom prostredí prejavuje v druhovej i žánrovej synkretizácii a v zmiešavaní, splývaní žánrov. Dočasne sa znižuje normatívna sila dejinne, kultúrne a prakticisticky ustálených žánrových etalónov, vyvinutých a osvedčene jestvujúcich v tradičnej tlačenej žurnalistike. Samozrejme, jedným zo sprievodných dôsledkov uvedenej príčiny je žánrová transformácia: v onlinovom prostredí vznikajú žánrové variácie či (obvykle neustálené, nedokončené) žánrové odvodeniny. Je dôležité, že vo vzťahu *príčina – následok* sa rehabilituje, neustále obnovuje nevyhnutne prítomná modelová štruktúra ako strategická kategória. Počíta sa s ňou na konci, pri stanovovaní výsledku, ale je predurčená na pôsobenie aj na počiatku, pred bezprostredným zrodom mediálneho produktu, teda ako program na jeho prípravu. Nielen, ale i preto mediológovia na uchopenie a uplatnenie nevyhnutnej modelovej predispozície v médiu pracujú s termínom *formát* (o vzťahu *žáner – formát* cez priezor mediálneho diskurzu prehľadne uvažuje Bočák, 2008). Aj titulok onlinovej žurnalistiky pri hľadaní svojho miesta a podmienok na stvárnenie v príslušnom mediálnom produkte sa v čase svojho konštituovania ocitá „v beztiažovom stave". Odpútava sa od žánrového prostredia vlastného komunikátu a okrem „povinných" úloh môže plastickejšie zabezpečovať aj ďalšie, i nečakané funkcie či poslania.

Ak akceptujeme konvergentné procesy v širšom i užšom zmysle s ich dynamikou a protirečeniami, môžeme počítať s oslabením, resp. zánikom kompozičných a výrazových väzieb titulku na príslušný žáner. Vyslovme prvý predpoklad: titulky v dnešnej onlinovej žurnalistike svojím ustrojením relativizujú – tlmia,

príp. rušia – vzťah k tej-ktorej žurnalistickej činnosti, resp. k žánrovej predispozícii mediálneho produktu, ku ktorému utvárajú predstupeň. Sledovateľ (príjemca, potenciálny čitateľ, adresát) pritom nemusí vojsť do vlastného textu a po vyhodnotení titulku sa uberie inam aj bez navštívenia vlastného textu. Titulky tak prichádzajú o navigačný a napokon aj ekonomický potenciál: aj v onlinovej mediálnej sfére každé sledovateľovo kliknutie na titulok znamená benefit a zvýšenie prestíže článku v tabuľkách kyberštatistík.

Pri oslabení či chýbaní zreteľnej väzby na osi *titulok* – *žáner* titulky onlinovej žurnalistiky preberajú na seba viaceré poverenia. Pri zvažovaní ich prítomnosti a účinnosti sme vychádzali z predispozície: signály polyfunkčnosti titulku by sa mali zreteľne objavovať v jazykovom (povrchovom, formálnom) ustrojení a v pragmaštylistickom profile titulkov. Pôsobnosť titulkov a spoznanie ich vlastnej hodnoty v zmysle cieľov štúdie sme sa pokúsili poodhaliť, spriezračniť a usúvzťažniť prostredníctvom prieskumnej sondy do databanky titulkov z oblasti onlinovej alternatívnej tlače. Prepojenie javu a podstaty ako kompozičných predpokladov na vytvorenie a uplatnenie titulku v onlinovej žurnalistike predstavujeme a argumentujeme na kvantitatívnych komponentoch titulku (bližšie o nich v 3. časti štúdie). Na pohotové predstavenie materiálovej bázy v kontrastívnom videní sme využili softvérový nástroj[1].

Metodologický rámec a metodický prístup k predmetu pozornosti

Diverzifikácia onlinového mediálneho priestoru, špecializácia a individualizácia žurnalistických aktivít spestruje aj podmienky v oblasti stavby a vlastností titulkov. Popri médiách hlavného prúdu (mainstreamu) so statusom právneho subjektu, nezriedka mienkotvorným vplyvom a občas i „výrobou súhlasu“ (Ftorek, 2017, s. 53–n), so sformovanými tímami, profesionálnymi redakčnými

[1] https://wordcounter.net – WordCounter je voľne dostupný, pohotový softvér s viacerými variáciami, ktorý používateľom uľahčuje exaktné zaobchádzanie s textovými súčasťami. Slúži na rýchle identifikovanie počtu (fonologických) slov, počítačových znakov, viet a ďalších kvantitatívnych ukazovateľov. Umožňuje analyzovať hustotu a opakovateľnosť slov pri požiadavke štylistickej disimilácie (spestrovania výrazu prostredníctvom synonymie), stanovovať početnosť odsekov a i. V štúdii sme výberovo vyfiltrovali potrebné ukazovatele a usúvzťažnili sme ich do matice analytických kvalifikátorov.

skúsenosťami, zmluvne zabezpečenými informačnými sieťami vrátane agentúrneho spravodajstva etc. vstupujú na webové stránky aj menšie, neformálne spoločenstvá a jednotlivci so žurnalistickými ambíciami, ekonomickým zázemím, zdrojmi a názormi rozmanitého druhu s predurčením pre vybrané cieľové skupiny obyvateľstva. Alternatívne médiá okrem predkladania všeobecných, spoločných mediálnych objektov prisúvajú do mediálnej krajiny a onlinovej žurnalistiky aj komplementárne motívy, ktorým sa v mainstreamových médiách (programovo či nezámerne) nepríliš venuje oficiálna či širšia, sústredená pozornosť. [V slovenských podmienkach problematiku alternatívnych médií zo sociokultúrnych, definičných, jazykovo-komunikačných hľadísk a čiastočne cez mediálny fokus približuje Patráš, naposledy 2020 (Patráš, 2020).]

Platnosť citovanej dvojice starších názorov z úvodného oddielu štúdie sa zhodnocuje aj v ére elektronicky determinovanej komunikácie so zameraním na oblasť onlinovej žurnalistiky. Mediálna komunikácia svojho druhu svojimi technologickými predispozíciami, sociopsychologickým ustrojením komunikantov a ich nestálych, premenlivých kultúrnych stereotypov sa pritom opiera o virtuálnu realitu, multimediálne podmienky a predpoklady príjmu, spracovania a využitia informácií, sprostredkúvané najmä aplikovaním opticko-vizuálnych kódov a podporované simultánnosťou komunikačných interakcií. Prirodzene, efektívne, nezriedka efektne sa v takomto prostredí spoluangažuje svet emócií. V období posledných dvoch-troch desaťročí sa eskalácia emócií v žurnalistickej komunikácii posilňuje stále masívnejším viazaním pozornosti publika na mediálne atraktívne naratívy – mimoriadne udalosti, individuálne či skupinové tragédie, dopravné nehody, súdničky, vojnové konflikty, prírodné katastrofy a i. V dôsledku ich hromadenia vzrastá aktivizovanie presviedčacích techník, propagandistických praktík a manipulatívnych úsilí (k problematike propagandy esejisticky pristupuje Goldberg, 2005; manipulatívne praktiky v žurnalistickej komunikácii rozpracúva Ftorek, 2017).

V dôsledku mimojazykových, obvykle nestálych, premenlivých podmienok a predpokladov v oblasti žurnalistických textov s príslušnosťou k printovým štandardom dochádza (aj v slovenských podmienkach) k súbehu dvoch zásadnejších, sociokultúrne podmienených tendencií. **1.** V poprevratovom období od počiatku 90. rokov a následne v krátkom čase sa slovenská mediálna scéna rozčlenila na médiá plniace verejnú službu, na komerčné a na neštátne médiá (k zmieneným procesom z globálneho hľadiska viac Hallin & Mancini, 2008). **2.** V súvislosti s preskupovaním pozícií mocenských elít v spoločenských štruktúrach, s diverzifikáciou vlastníctva (médií) a s posilňovaním akčného rádia

persuazívnej názorovej žurnalistiky v polovičke prvého desaťročia po miléniovom medzníku popri elektronických médiách tzv. mainstreamu – hlavného (stredného – pozri Ftorek, 2017, s. 67) prúdu ako reakcia na „silné" médiá vo webovom priestore sa etablovali alternatívne médiá. Obe zmienené tendencie o. i. neformálne prispievajú k dynamike pôsobenia a poverení spravodajstva a publicistiky. Konkurenčne premiestňujú hranice medzi „tradičnými" žurnalistickými žánrami, oslabujú povedomie o modelovej podstate žánra a napokon ovplyvňujú aj neustálenosť, nehotovosť a v konečnom dôsledku záväznosť žánrových noriem. [O ustavične nehotových, tvárnych žánrových kontúrach a tzv. mediálnych amalgámoch v elektronickej žurnalistickej komunikačnej sfére synteticky uvažuje Patráš (Patráš, 2009). Žurnalistické „vzorce organizácie textu" s ich zložkami vymedzuje Wojtak, 2004. Onlinové žánre v kontrastívnom a prakticistickom svetle predstavuje Rončáková (Rončáková, 2019).]

S rešpektovaním podmienok elektronicky podmieneného spôsobu dorozumievania, možností na reálne, technologicky pohotové, používateľsky príjemné preskupovanie účinnosti kódových sústav a s pozorovaním rastúcej emotívnej penetrácie obsahu vo väčšine prejavov internetovej žurnalistickej produkcie vyslovme druhý predpoklad: komunikačná sféra internetovej žurnalistiky v prvej štvrtine 21. storočia vyvoláva zvýšený pohyb v sústave komunikačných funkcií (úloh, poslania) titulkov. V takomto videní, t. j. v závislosti od obsahu (motívov, tém, naratívov), zámeru a komunikačno-pragmatického efektu internetového žurnalistického textu, nadobúdajú iné odtienky aj pragmaticko-štylistické identifikátory – fyzický rozmer (rozsah), početnosť stavebných jednotiek (slov, znakov) a slovnodruhová ustrojenosť novinového titulku. Rozsah (extenzita) ako nápadný, hmotný, zmyslovo postihnuteľný a merateľný fyzický morfologický prvok (vo vzťahu k žánru o extenzite produktívne uvažuje Mistrík, 1975, s. 22; neskôr Rončáková, 2019, ss. 48–50) sa podľa nášho náhľadu zužitkúva aj pri posudzovaní charakteristík a hodnoty titulku ako prirodzeného predchodcu či súbežca onlinového žurnalistického textu. Titulok sa teda reálne exponuje a prínosne vykladá ako integrovaná jednotka (štyléma, resp. komponéma) počítajúca so spätosťou pragmémických a informémických čŕt, viazaných na extenzívne kritériá.

(Pragma)štylistické uchopenie, analýzy, výklady a interpretácie novinového titulku utvárajú jednu z charakteristických, obvykle však faktograficky a názorovo variantných rozpráv v každom ambicióznom štylistickom príspevku. V československom období a nástupníckych národných štylistikách vrátane žurnalistických prístupov s ohľadom na dobové podmienky sa sformovali a ustálili

prinajmenšom uzuálne pravidlá na novinové titulky (odkazy na relevantné zdroje sú uvedené v štúdii). Podstata „titulkového kánonu" spočíva **a)** v zdôrazňovaní informačnej a orientačnej funkcie v spravodajských žánroch publicistického štýlu a **b)** v navrstvovaní pútacej, orientačnej a aktualizačnej funkcie na obligatórnu informačnú funkciu v analytických žánroch s prídavkom obraznosti vo výrazovej stránke (Findra, 2013, s. 154). Z hľadiska fyzickej dĺžky a početnosti slov sa ako všeobecný vzorec spravodajského „dobrého titulku" zdôrazňovala početnosť 21 písmen v titulku, t. j. prítomnosť 3–4 plnovýznamových slov. Titulok v publicistike približuje obsah, podnecuje na prečítanie článku. V analytickej žurnalistike (úvodník, komentár) funguje ako nadpis, téma. V beletrizovaných textoch (fejtón, glosa, reportáž) sa titulok buduje ako upozorňujúci, zvláštny, atraktívny, zrozumiteľný a metaforický (Mistrík, 1989, ss. 318–319).

Výpovednú platnosť a očakávané obmeny titulkového kánonu po odstupe niekoľkých desaťročí od jeho petrifikovania sme overili sondážnym prieskumom aktuálnych titulkov nasadzovaných na webových stránkach vybraných alternatívnych médií printového typu. Ako extenzívny delimitátor na rozpoznanie pragmaštylistických čŕt titulkov s ich povereniami v onlinovej žurnalistike sme zvolili vektorovo poňaté indikátory: počet slov, priemernú dĺžku a jedinečnosť ich výskytu v titulku, početnosť grafických znakov a počet viet titulku. Bokom pritom neostal ani sprievodný pragmatický činiteľ – čas na pre/čítanie titulku.[2]

Výsledky

Vo vybudovanom zásobníku 46 alternatívnych médií editovaných v slovenčine, sústredene a cielene pozorovaných od roku 2010, sme zamerali pohľady na tri vybrané alternatívne médiá s príslušnosťou k onlinovej žurnalistike printového typu: *Hlavné správy*[3], *Parlamentné listy*[4] a *Hlavný denník*[5].

[2] Exaktné dáta v cielenom prieskume ponímame ako výhodné okrem iného aj pre ich efektívnu technologickú využiteľnosť. Onlinová žurnalistika s profesionálnymi ambíciami, s jej interaktívnymi tvorcami, šíriteľmi a publikom už na mediálnu produkciu, typografické spracúvanie, formátovanie, editovanie a zužitkúvanie mediálnych posolstiev rutinovane využíva voľne šíriteľné, komerčné či špecializované softvérové zázemie.

[3] https://www.hlavnespravy.sk

[4] https://www.parlamentnelisty.sk

[5] https://www.hlavnydennik.sk

Na hodnoverný výber onlinových alternatívnych médií, zodpovednú analýzu, porovnateľnosť dát, zovšeobecnenia a na výpovedne presvedčivé interpretácie sme zvolili nasledujúcu diferenciačnú maticu s piatimi delimitátormi:

I. koncepčná, štruktúrna, technologická a manažérska príbuznosť média s onlinovou žurnalistikou (kompozícia, dizajn i layout média),
II. jestvovanie personalizovanej, identifikovateľnej redakčnej zostavy, informačného zázemia, komunikačných stratégií a uplatňovanie metód obvyklého zaobchádzania s informačnými zdrojmi,
III. pravidelnosť editácie, aktualizovanie obsahu, dlhodobejšie, relatívne stále miesto periodika v mediálnej krajine,
IV. tematická všeobecnosť a pestrosť rubrík,
V. jestvovanie pravidelného, príp. sporadického či náhodného publika, jeho záujem indikovaný údajmi o najčítanejšej produkcii, top- či najpopulárnejších článkoch a pod.

Od onlinových alternatívnych médií sa obvykle neočakáva medzinárodné štandardné číslo seriálovej publikácie (ISSN), nepožaduje sa uvádzanie ekonomického zázemia a zverejňovanie ekonomickej podpory a obhospodarovania reklamného priestoru. Alternatívne periodiká z prieskumnej vzorky nezaznamenávajú tendencie, stopy a prejavy spochybňovania, popierania či odmietania svojej existencie zo strany mainstreamovej konkurencie, názorových skupín, občianskych združení, agentúr, účelových komisií, mimovládnych organizácií a pod. Uvedené neželané praktiky vnáša do imidžu, resp. goodwillu periodika napr. dočasné alebo trvalé zaradenie alternatívneho média na „verejnú databázu webových stránok s neserióznym, klamlivým, podvodným, konšpiračným alebo propagandistickým obsahom“[6].

Výber médií a databanka titulkov umožňuje zástupným spôsobom predstaviť spektrum a pragmaštylistické črty nasadzovaných titulkov prostredníctvom kvantitatívnych parametrov. Na vytvorenie databanky s výberom materiálových prameňov (reálnych titulkov) sme uplatnili kritérium výskytu a nasadzovania titulkov do vybranej onlinovej mediálnej ponuky v zhodnom období.

Softvérový produkt *WordCounter* sme aplikovali z hľadiska predmetu a cieľov štúdie na identifikovanie, vzťahovú analýzu a vyhodnocovanie pragmaštylistického potenciálu titulku v onlinovej tlači. Po ceste k potrebným zisteniam sme postupovali prostredníctvom kontrastovania dát so všeobecným vzorcom žurnalistického titulku s relatívne nízkym zastúpením slov a znakov (Mistrík, 1989,

[6] https://www.konspiratori.sk

ss. 318–319). Z lišty nástrojov softvérového produktu *WordCounter* sme vybrali šesť identifikátorov združených do analyticko-interpretačnej matice:

a) počet slov v titulku vo fonologickom zmysle (*Words*), t. j. s rešpektovaním medzery medzi jednotlivinami,
b) počet jedinečných slov v titulku (*Unique Words*),
c) výskyt a počet znakov v titulku bez medzier (*Characters*),
d) počet viet v titulku (*Sentences*),
e) priemerná dĺžka slova v znakoch (*Avg. Word Length*),
f) čas na čítanie titulku v sekundách (*Read Time*).

Identifikátory vybraté a použité pri analýzach a pri interpretáciách postrehov, zistení a výsledkov utvárajú potrebné oká vzťahovo-interpretačných sietí. Aby bolo možné racionálne využiť zhromaždené a pripravené kvantitatívne údaje a venovať pozornosť cieľom štúdie, je potrebné uviesť súvzťažnosť medzi identifikátormi prostredníctvom koncepčného prístupu. Pri ohraničovaní ich pôsobnosti vychádzame z kľúčovej myšlienky o rozsahu textu, a teda i dĺžke titulku – extenzite (Mistrík, 1975, ss. 22–25; na rozsah textu vo vzťahu k titulku aplikačne upozorňuje Rončáková, 2019, ss. 49–54). V zmienených prácach sa dĺžka textu ocitá v nepriamej úmernosti s tzv. čitateľským časom: čím dlhší text, tým rýchlejšie sa číta a opačne (Rončáková, 2019, s. 49). Titulky podľa vzťahu k textu fungujú ako **a)** provokujúce pozornosť a vyvolávajúce napätie, **b)** informačné a **c)** sprostredkúvajúce obsah textu (Rončáková, 2019, s. 54).

Je zrejmé, že klasifikácia titulkov podľa uvedených prístupov závisí od funkcií (poverení, úloh, poslania), ktoré titulok plní. Už sme uviedli, že v onlinovej žurnalistike – v podstate so všetkými charakteristikami, príčinnými súvislosťami a dôsledkami, ktoré poskytuje a utvára kyberprostredie – komplexne, nezriedka protirečivo pribúdajú, rozvíjajú sa, prehodnocujú, dopĺňajú etc. viaceré funkcie. V analyticko-interpretačnej matici konštrukčne nosné a pragmaštylisticky pevné konštituenty titulku onlinovej alternatívnej tlače printového typu utvára súvzťažnosť identifikátorov **1.** počet slov v titulku (*Words*) – počet znakov bez technických medzier (*Char*) – priemerná znaková dĺžka slova (*Avg. Word Length*); **2.** počet slov v titulku (*Char*) – priemerná dĺžka slova (*Avg. Word Length*) – čas čítania titulku (*Read Time*).

Do databanky titulkov vybraných z každého periodika sme umiestnili po 20 príkladov simultánne excerpovaných z webových stránok z oblasti najsledovanejších (nasadených v podobe monitoringového zostrihu na hlavnú stránku

média, často výdatne podporovaných prostredníctvom tzv. lajkovania[7]), resp. najčítanejších titulkov.[8] Titulky uvádzame v pôvodnej, neupravovanej jazykovej podobe.[9] Každému titulku sme priradili číselný údaj vygenerovaný softvérom podľa príslušného identifikátora *a) – f)*. Pre každé alternatívne médium z trojice sme na konci tabuľky spriemerovali čiastkové výsledky. Roztriedením a analýzou softvérovo nadobudnutých dát a porovnaním výsledkov prieskumu sme sa dopracovali k zovšeobecneniam, interpretáciám a zaujatiu postojov k vytýčeným cieľom prieskumu a štúdie.

Dáta exaktne získané z prieskumu po uvedení súpisu skratiek a značiek (*Tab. 1*) prehľadne predstavujeme prostredníctvom troch parametrických tabuliek (*Tab. 2*, *3* a *4*). Každá z nich v prvom stĺpci po príslušnom poradovom čísle signalizuje väzbu mediálneho produktu na geografické vymedzenie, príp. naratív, na ktorý sa viaže titulok a ktorý je zobrazovaný v onlinovom žurnalistickom príspevku. Po prezentovaní titulku v autentickej jazykovej podobe v hlavnom, rozmernom stĺpci je pod každým titulkom opisne vymedzené zdrojové prostredie, resp. pôvodca produktu spolu s charakteristikou rubriky alebo žurnalistickej aktivity, na ktorú sa púta titulok a vlastný text. Napokon v pravých stĺpcoch tabuliek sú k dispozícii konkretizované identifikátory s číselnými dátami, ktoré softvérový produkt *WordCounter* poskytol a priradil každému excerpovanému príkladu. Spodný riadok so spriemerovanými dátami si nárokuje na porovnanie titulkovej stratégie príslušných médií a poukazuje na variačné možnosti, komunikačné alebo prakticko-používateľské osobitosti pri výstavbe a nasadzovaní titulkov do onlinovej alternatívnej žurnalistiky.

Nadobudnuté a roztriedené dáta ako materiálový podklad na analýzu a interpretáciu sú predložené a vyhodnotené v nasledujúcich súčastiach štúdie. Z hľadiska zámerov, tematiky a cieľov štúdie uvádzame potrebné motívy a rozvíjame ich prostredníctvom vzťahovo koncipovaných, analyticko-interpretačných poznámok a konštatácií.

---

[7] Z angl. *like*, od slovesa *to like* „mať rád, páčiť sa“; už štylisticky neutrálne pomenovanie prejavu sympatií, kladného postoja k príspevku, autorovi, predmetu dorozumievania na stránkach sociálnych sietí.

[8] Prieskum vrátane predvýskumu a vyhodnotenia pilotného projektu bol koncepčne pripravený v máji – júli, realizácia výskumných zámerov s jednotlivými fázami sa uskutočnila v septembri 2020. Výber titulkov zo skúmaných onlinových alternatívnych médií bol ukončený 5. – 6. októbra 2020.

[9] Lineárne poradie titulkov odráža aj zautomatizované, stereotypizované čitateľské správanie – poukazuje na preferencie motívov (obsahu) a ich spracovanie podľa druhu žurnalistickej činnosti.

Tab. 1. Skratky a značky použité pri exemplifikáciách

Dom	mediálny produkt zameraný na Slovensko
Zah	mediálny produkt zameraný na zahraničie
Eko	ekonomika a hospodársky život
Mon	monitor, spravodajský výber/zostrih
Words	počet slov v titulku
Uniq Words	počet jedinečných slov v titulku
Char	výskyt a počet znakov v titulku bez technických medzier
Sent	počet viet v titulku
Avg. Word Length	priemerná dĺžka slova v znakoch
Read Time [sec]	čas na čítanie (v sekundách)

Tab. 2. Alternatívne onlinové periodikum *A*

Hlavné správy https://www.hlavnespravy.sk							
TITULOK (zdroj/autor – rubrika, aktivita)		***Words***	***Uniq Words***	***Char***	***Sent***	***Avg.Word Length***	***Read Time [sec]***
1. Dom	*Na Banáša sa v liste obrátila zúfala žena: Som v situácii, ktorá ma doháňa k šialenstvu. Kvôli tomu, čo sa práve deje, som stratila aj posledné zvyšky akejkoľvek nádeje* (redakcia – úvaha)	29	26	168	2	4,8	7
2. Dom	*Podľa Fica vláda ide zvyšovať dane a investovať miliardu eur na rómsku menšinu: „Dávajme im ešte aj pečené kurence, a potom to dopadne masovou bitkou ako pred pár hodinami“* (redakcia – rozšírená komentovaná správa)	29	28	172	1	5	7
3. Dom	*Sulík uvažuje o konci politickej kariéry. Prezradil mená ľudí, ktorí by mohli byť na čele SaS* (redakcia – správa)	16	16	93	2	4,9	4
4. Dom	*Podľa profesora Krčméryho je Covid-19 zákernejší ako chrípka či SARS. Upozorňuje však na pravdepodobnosť mutácie vírusu. Pri zaočkovaní populácie dúfa v pomoc médií* (redakcia – prevzatý komentovaný rozhovor)	23	23	164	3	6,2	6

Hlavné správy https://www.hlavnespravy.sk							
TITULOK (zdroj/autor – rubrika, aktivita)		***Words***	***Uniq Words***	***Char***	***Sent***	***Avg.Word Length***	***Read Time [sec]***
5. Eko	*Heger predstavil „zásobník reforiem za desiatky miliárd", s ktorým chce zo Slovenska urobiť tigra Európy a posunúť ho do novej dimenzie* (redakcia – rozšírená správa s videosekvenciou)	21	21	135	1	5,5	5
6. Dom	*Harabin varoval policajtov nech neudeľujú pokuty za nenosenie rúška, lebo oni, nie Matovič a Mikas budú zodpovedať trestnoprávne* (redakcia – avízo na analýzu a videosekvenciu)	18	18	128	1	6,2	4
7. Zah	*Zabudnutý konflikt na Kaukaze alebo rozbuška pre regionálnu vojnu alebo dokonca veľký požiar? Analýza vojny Arménsko – Azerbajdžan* (redakcia + D. Š. – analýza)	18	17	130	2	6,3	4
8. Zah	*Ivan Kratochvíl: O Náhornom Karabachu bez politiky. Pred tromi rokmi som sa zhrozil, čo som tam videl* (redakcia + I. K. – prevzatá reportáž)	17	16	101	2	5	4
9. Zah	*Africký štát Mali má novú vládu, ktorá ho má doviesť k civilnej správe* (agentúra – redakčne prevzatá správa)	13	12	70	1	4,5	3
10. Dom	*Jozef Banáš premiérovi: „To si naozaj myslíte, že sme takí dilinovia?" Navrhuje povolať Igora Bukovského do krízového štábu* (J. B. – redakčne upravený komentár)	18	18	123	1	5,9	4
11. Dom	*Bukovský vyzýva prezidentku a poslancov, aby podali podnet na Ústavný súd: Keďže na Slovensku nemáme pandémiu, nemôže byť vyhlásený núdzový stav* (S. G. – komentovaná analýza videosekvencie)	21	20	144	1	5,9	5
12. Dom	*Polícia počas núdzového stavu zasahovala v Plaveckom Štvrtku, pobila sa tam stovka ľudí, horel aj dom* (agentúra – prevzatá redakčne upravená správa)	16	16	101	1	5,4	4
13. Dom	*Matovič: Prosím vás, nechoďte na hromadné podujatia. Neorganizujte žiadne rodinné oslavy. Ideme do strašných dní* (redakcia – upravená agentúrna správa)	15	15	112	3	6,5	4

Hlavné správy https://www.hlavnespravy.sk							
	TITULOK (zdroj/autor – rubrika, aktivita)	***Words***	***Uniq Words***	***Char***	***Sent***	***Avg.Word Length***	***Read Time [sec]***
14. Zah	*Lekár Jan Hnízdil o koronavíruse: Je to kravina. Psychopati v čele štátu skúšajú, kam až môžu zájsť. Rúško nenosím. Toto nie je epidémia koronavírusu, ale epidémia šialenstva* (redakcia – prevzatý upravený rozhovor)	27	25	174	4	5,5	6
15. Dom	*Matovič: Nie je to len obyčajná chrípka. Vymklo sa nám to spod kontroly. Sú tu haldy ľudí, ktorí to rozpálili na plné pecky* (agentúra – prevzatá správa s komentárom)	23	21	123	3	4,4	6
16. Dom	*Bukovský Kňažkovi: Varovali ste v minulosti pred infekciou a pred zľahčovaním chrípky? Prečo teraz šírite paniku, varovania a výzvy? Preto, lebo teraz ste už chorý Vy?* (T. S. – prevzatý upravený rozhovor)	26	22	167	3	5,5	6
17. Dom	*Novinár Dag Daniš vláde a pandemickej komisii: Skladať účty za túto krízu a za primeranosť opatrení budete vy nám. Nie my vám. A vráťte sa poslušne do práce, za ktorú vás platíme. Inak budete vymenení* (J. Z. – prevzatý upravený rozhovor)	35	30	200	4	4,7	8
18. Zah	*Švédsko, ktoré nechalo koronavírusu voľný priebeh, dnes slávi úspech. Čo si myslí švédsky infektológ o opatreniach, aké sú aj u nás? „Je to ako zabíjať muchu kladivom“* (S. G. – zreťazený informačný zostrih)	27	27	167	1	5,2	6
19. Dom	*Pod otvorený list Matovičovi sa podpísalo ďalších sedem kultúrnych organizácií* (agentúra – prevzatá správa)	10	10	78	1	6,9	3
20. Dom	*Trest za jeho pohľad na Covid? RTVS ukončila spoluprácu s doktorom Bukovským* (S. G. – redakčný zostrih s komentárom)	12	12	76	2	5,4	3
	PRIEMERNÉ ÚDAJE	**20,7**	**19,65**	**131,3**	**1,95**	**5,49**	**4,95**

Redakčná zostava alternatívneho onlinového periodika **A** *Hlavné správy* (pozri dáta v *Tab. 2*) – vcelku sledovaného internetového denníka – väčšinu spravodajskej produkcie a publicistiky racionálneho typu preberá z iných

(agentúrnych, resp. nezverejňovaných či neznámych) zdrojov a nadobudnuté podklady redakčne upravuje prostredníctvom členov redakčnej zostavy. Charakteristickou črtou média pri získavaní, spracúvaní a nasadzovaní materiálu na svoje webové stránky je pestrosť a priestupnosť spracovateľských techník. V denníku sa ocitajú najmä prevzaté, zostrihané a redakčne vytvarované články so spravodajským pôdorysom, s komentárovými vsuvkami a zásahmi vrátane subjektivizujúcich príznakov, avšak s úsilím zachovať pôvodinu, s multimodálnymi súčasťami a doplnkovými zdrojovými kanálmi. Účinnosť mediálnej produkcie denníka je teda budovaná na zatraktívňovaní publicity kompozičnou reprofiláciou. Na sémantickej a skladobnej rovine sa v denníku prejavuje výrazný trend zhovorňovania slovnej zásoby a vety. Prehĺbenejší výskum kolokvializovania onlinovej mediálnej produkcie alternatívneho typu nie je cieľom štúdie. *Hlavné správy* nepočítajú s prísnejšou žánrovou vyhranenosťou svojej náplne.

Onlinové alternatívne médium prispôsobuje prácu s titulkom čitateľským skúsenostiam a očakávaniam so zámerom udržiavať záujem o produkciu a najmä o interaktivitu a diskusné príspevky. Vejáru plnených funkcií – informačnej, pútacej, presviedčacej, nezriedka agitačno-propagačnej funkcii vlastného produktu zodpovedajú fyzicky rozmerné titulky s hatenou mierou expresivity a nasadzovaním jedinečných pomenovaní do štruktúry titulku (identifikátor *Uniq Words*: opakovateľnosť slova s odchýlkou 1,05 slova je minimálny). Nadrozmernosť titulku so značným počtom slov často (výnimočne vo 4-vetovom stvárnení) umožňuje zastúpiť či nahradiť hlavnú časť článku (pozri titulky A1, A2, A14, A16, A18 a najmä A17 s 200 znakmi a 35 slovami). Výrazným spravodajským útvarom s informačným predurčením a pragmaštylistickým vybavením – správam, avízam, redakčným zostrihom – zodpovedajú plošne i početne úsporné, rýchlo načítané 1-vetné titulky (A3, A9, A13, A19, A20). Podľa vzťahu k textu sa exponujú informačné titulky a titulky sprostredkúvajúce obsah článku (Ončáková, 2019, s. 54). Čítavosť titulkov *Hlavných správ* bez ohľadu na žurnalistickú činnosť v rozmedzí 3 – 7 sekúnd (priemerný údaj *Read Time* 4,95 sekundy) predznačuje pohodlnú orientáciu v ponuke, podporuje primerané zužitkovanie obsahu a pochopenie zamerania textu bez väčších ťažkostí.

Cez fokus spriemerovaných údajov je titulkový kánon v *Hlavných správach* prekonaný: početnosť 20,7 slova, plocha 131,3 grafických znakov posúva titulok *Hlavných správ* do oblasti zástupných, samostatných komunikátov so zreteľnou výpovednou hodnotou. Titulky denníka otvárajú tematiku, ktorej

sa venuje pozornosť aj v mainstreamových onlinových periodikách. Titulky teda môžu byť predurčené na efektívne čítanie a plnenie orientačnej funkcie. Tak sa stávajú praktickou alternatívou k „veľkým", „mienkotvorným" médiám vrátane ambícií na prístup k lukratívnemu reklamnému priestoru.

Tab. 3. Alternatívne onlinové periodikum *B*

Parlamentné listy **https://www.parlamentnelisty.sk**							
TITULOK (zdroj/autor – rubrika, aktivita)		***Words***	***Uniq Words***	***Char***	***Sent***	***Avg. Word Length***	***Read Time [sec]***
1. Mon Dom	*Nový minister kultúry? Počujem to prvýkrát, reagovala Milanová* (agentúra – prevzatá správa)	8	8	62	2	6,9	2
2. Mon Dom	*Trump sa vrátil do Bieleho domu. Hoci stále infikovaný, sňal rúško* (agentúra – prevzatá správa)	11	11	66	2	5,1	3
3. Mon Dom	*Analytik Žitný o prípade Kusý: Takých prípadov bolo v minulosti neúrekom. Ale…* (L. D. – krátený rozhovor)	12	12	78	2	5,6	3
4. Mon Dom	*Ak sa situácia nezlepší, sprísnia sa opatrenia, povedal premiér* (agentúra – prevzatá správa)	9	8	63	1	6,1	2
5. Mon Zah	*Korčok apeluje na Rusko a Turecko, aby využili svoj vplyv pri spore o Náhorný Karabach* (agentúra – prevzatá správa)	15	15	87	1	4,8	4
6. Mon Dom	*V okresoch Svidník a Stropkov evidujú 192 aktívnych prípadov COVID-19* (agentúra – prevzatá správa)	10	10	69	1	6	3
7. Mon Dom	*Smer-SD dal Ústavnému súdu posúdiť ústavnosť núdzového stavu* (agentúra – prevzatá správa)	8	8	60	1	6,6	2
8. Mon Zah	*Hovorkyňa Bieleho domu mala pozitívny test na koronavírus* (agentúra – prevzatá správa)	8	8	57	1	6,3	2
9. Mon Dom	*Mimoparlamentné strany o reformnom pláne obnovy. Podľa PS plán nereaguje na dôsledky pandémie* (agentúra – prevzatá správa)	13	13	93	2	6,2	3

***Parlamentné listy* https://www.parlamentnelisty.sk**							
TITULOK (zdroj/autor – rubrika, aktivita)		***Words***	***Uniq Words***	***Char***	***Sent***	***Avg. Word Length***	***Read Time [sec]***
10. Mon Zah	*Počas nedeľňajších protestov zadržala bieloruská polícia 317 ľudí* (agentúra – prevzatá správa)	8	8	65	1	7,3	2
11. Mon Dom	*Šeliga vidí v iniciovaní mimoriadnej schôdze len politikárčenie* (agentúra – prevzatá správa)	8	8	64	1	7	2
12. Mon Dom	*Reformný dokument je „typickým prejavom amaterizmu a neschopnosti tejto vlády“, hodnotí Hlas-SD* (agentúra – prevzatá rozšírená správa)	12	12	95	1	7	3
13. Mon Zah	*Trestné činy počas núdzového stavu treba posudzovať individuálne, upozorňuje generálna prokuratúra* (agentúra – prevzatá správa)	11	11	98	1	8	3
14. Mon Zah	*Šéf NATO vyzval Turecko, aby sa zasadilo o ukončenie bojov v Náhornom Karabachu* (agentúra – prevzatá správa)	13	13	79	1	5,2	3
15. Mon	*Výnos z úhrady diaľničných známok v lete hodnotí NDS pozitívne* (agentúra – prevzatá správa)	10	10	62	1	5,3	3
16. Mon Dom	*Politológ Lenč: Opatrenia proti korone sú iracionálne. Môžu vzbudiť hnev aj stratu rešpektu* (L. D. – krátený rozhovor)	13	13	91	2	6,1	3
17. Mon Dom	*Matovič: Dilinko. Múdrosráč. Blázon. Haulík: Je to súčasť politického štýlu, ktorý má silnú pozíciu* (L. D. – krátený rozhovor)	14	14	99	4	6,1	4
18. Mon Dom	*Hrabko: Z opozície sa Pellegrinimu chyby v boji s COVID-19 kritizujú ľahko* (agentúra – prevzatá diskusia z TV)	12	12	74	1	5,3	3
19. Mon Dom	*Drucker ku kauze Miškovič: Pani Remišová, nečakajte, zasiahnite!* (*lucb* + redakcia – prevzatá diskusia + komentár)	8	8	64	1	7,1	2
20. Mon Dom	*Lipšic nebude kandidovať za generálneho prokurátora: Som užitočnejší v skutočnej aréne boja proti zločinu, v prvej línii* (redakcia – zostrih FB statusu + komentár)	17	16	120	1	6,1	4
	PRIEMERNÉ ÚDAJE	**11**	**10,9**	**77,3**	**1,4**	**6,21**	**2,8**

Alternatívne onlinové periodikum **B** *Parlamentné listy* (parametre a dáta pozri v *Tab. 3*) upriamuje takmer výhradnú pozornosť najmä na podmienky a prejavy spravodajskej žurnalistiky. Z hľadiska textového servisného zabezpečenia sa denník viaže predovšetkým na agentúrne zdroje. Z agentúrnych databáz preberá informácie v základnej, neutrálnej verzii a na webové stránky svojej edície ich nasadzuje takmer bez úprav. Navigačno-orientačnú, informačnú a selektívnu funkciu v prevzatej agentúrnej správe umocňuje úsporný 1-vetový titulok s malým počtom slov, podporujúci rýchle čítanie (B4, B7, B8, B10, B11, B13, B15). Autorský krátený rozhovor (titulok B3, B16, B17) je vybudovaný s takmer identickými zásadami. Titulok B17 je zásluhou štyroch kontrastívne nasadených jednočlenných menných viet výnimočne obohatený o efekt dynamizácie a navrstvenie expresívnej funkcie. Uvedená funkčná predispozícia ho prisúva k postupom analytickej žurnalistiky.

Odlišná situácia nastáva pri konverzačno-diskusne budovaných útvaroch s odtlačkom kompozičných zámerov na ploche príslušných titulkov. Prevzatá, redakčne a osobne individualizovaná diskusia s komentárovým prídavkom (B19) evokuje zosilnenie analytického rozmeru aj málopočetným (*Words*: 8) 1-vetným titulkom. Zostrih statusu s domicilom na sociálnej sieti a s pridaným komentárom (B20) signalizuje spravodajsko-informačnú tendenciu. Titulok si vyžiadal rozmernejšiu textovú plochu s nasadením vyššieho počtu slov (*Words*: 17); napriek 1-vetnému stvárneniu je čas čítania titulku 4 sekundy. Aj v produktoch s navrstvením niekoľkých, napr. komentárových zložiek sa ako vehikulum úspešne uplatňuje najpoužívanejší 1-vetný titulok.

Pre *Parlamentné listy* je charakteristická výrazná spravodajská ponuka s úspornou plochou a strohou početnou výbavou titulkov. Pri porovnaní s *Hlavnými správami* sa v *Parlamentných listoch* uplatňuje takmer rovnaký modelový vzorec titulku 8 – 17 slov s priemernou dĺžkou slova (*Avg. Word Length*: 6,21) a fakticky neprítomná opakovateľnosť slova (rozdiel *Word – Uniq Words*: 0,1). Iným znakom titulku v *Parlamentných listoch* je dôkladná jednovetovosť s predpokladmi na rýchle čítanie titulku (2 – 4 sekundy, priemer 2,8). Uvedený vzorec titulku sa stereotypovým budovaním a „monotónnou" štruktúrou čiastočne hlási k titulkovému kánonu. Počet slov v titulku *Parlamentných správ* je však pri porovnaní s tradičným kánonom vyšší (priemer *Words*: 11), hoci oproti *Hlavným správam* (priemer *Words*: 20,7) nadobúda polovičné hodnoty. Poznatku zodpovedá aj priemerný čas čítania titulku (*Hlavné správy* v priemere 4,95 sekundy, *Parlamentné listy* v priemere 2,8 sekundy).

Tab. 4 Alternatívne onlinové periodikum *C*

***Hlavný denník* https://www.hlavnydennik.sk**							
TITULOK (zdroj/autor – rubrika, aktivita)		***Words***	***Uniq Words***	***Char***	***Sent***	***Avg. Word Length***	***Read Time [sec]***
1. Zah	*Nemecký lekár slovenského pôvodu sa obul do našich „spochybňovačov“* (I. B. – komentovaný FB status pôvodcu)	9	9	67	1	6,6	2
2. Dom	*Dva roky od tragédie: Poliaci, ktorých riskantnú jazdu zaplatil Štefan (†57) životom si užívajú slobodu* (J. U. ml. – spravodajský zostrih)	15	15	103	1	5,9	4
3. Zah	*Belgickí lekári požadujú koniec nezmyselného „boja“ s koronavírusom* (I. K. – spravodajský zostrih zdrojov)	8	8	67	1	7,5	2
4. Dom	*Matovič na kolenách. Cez svoj Facebook vysiela prosby* (I. K. – komentovaný FB status pôvodcu)	8	8	54	2	5,8	2
5. Dom	*Rozklad nemocnice v Poprade v priamom prenose. Výpovede lekárov pokračujú* (I. K. – prevzatá komentovaná správa)	10	9	74	2	6,4	3
6. Dom	*Obžaloba v prípade vraždy novinára a jeho snúbenice nebola presvedčivá* (agentúra – správa s prvkami názoru)	10	10	70	1	6,1	3
7. Dom	*„Božie mlyny“ – Chorvátska „dohoda“ medzi špeciálnym prokurátorom Kováčikom a Takáčovcami?* (I. B. – prevzatá upravená správa)	11	11	91	1	7,3	3
8. Dom	*Denné rekordy môžu byť nebezpečné strašenie, samotné číslo nehovorí nič* (N. S. – prevzatý zostrih rozhovoru)	10	10	71	1	6,2	3
9. Zah	*Britskí vojaci majú nové zbrane pre boj v mestách – útočné drony* (I. B. – prevzatá informácia + propagácia)	12	12	64	1	4,4	3
10. Zah	*Už len „svetlé zajtrajšky“ a koniec chudoby – Čínski komunisti oslavovali štátny sviatok* (I. B. – výber z prevzatého textu)	13	13	88	1	5,8	3
11. Zah	*K Putinovi vedie dezinfekčný tunel, chráni ho bezvírusová bublina* (J. U. ml. – prevzatá komentovaná správa)	9	9	65	1	6,3	2

Hlavný denník **https://www.hlavnydennik.sk**							
TITULOK (zdroj/autor – rubrika, aktivita)		***Words***	***Uniq Words***	***Char***	***Sent***	***Avg. Word Length***	***Read Time [sec]***
12. Dom	*Zvrat v tragédii padnutého stromu: Za smrť Patrika (†14) obvinili učiteľku a vodohospodárov* (J. U. ml. – analýza + komentár)	13	13	91	1	6,1	3
13. Dom	*„Máme tisíckrát menší výskyt chorých na Covid ako pri chrípke, pandémia na Slovensku nie je“, tvrdí MUDr. Lipták* (P. D. – výber z weblogového príspevku)	18	17	112	2	5,3	4
14. Dom	*Grendel počká na ďalšie mená, potom sa rozhodne, či navrhne kandidáta na šéfa Generálnej prokuratúry* (agentúrna – správa + FB status)	15	14	100	1	5,7	4
15. Dom	*Prepíšu koaličnú zmluvu? Riešiť sa bude spojenie SaS s Ficom a Kotlebom* (J. U. ml. – zostrih prevzatých správ)	12	12	71	2	5	3
16. Zah	*„Nová zmluva Start nebude“, tvrdí Sergej Lavrov a poukazuje na USA* (I. B. – prevzatá komentovaná správa)	11	11	66	1	5,1	3
17. Zah	*„Prekvitá“ online násilie páchané na ženách. Najbežnejšie je na Facebooku* (M. M. – prevzatá správa s preloženým titulkom)	10	9	73	2	6,4	3
18. Dom	*Polícia zadržala dvoch drogových dílerov z Prievidze, hrozí im väzenie* (agentúra – prevzatá správa)	10	10	70	1	6,1	3
19. Zah	*V Turecku už neexistuje sloboda prejavu (Jürgen Gottschlich)* (I. V. – prevzatý autorský komentár)	8	8	60	1	6,6	2
20. Dom	*EÚ stále podporuje režim, ktorému pojem „ľudské práva“ nič nehovoria (Majid Rafizadeh)* (D. Z. – prevzatý autorský komentár)	12	12	86	1	6,3	3
	PRIEMERNÉ ÚDAJE	**11,2**	**11**	**77,15**	**1,25**	**6,05**	**2,9**

Alternatívne onlinové médium **C** *Hlavný denník* (kvantitatívne údaje pozri v *Tab. 4*) sa z hľadiska dát a konkretizovaných identifikátorov stáva takmer identickým s *Parlamentnými listami* (porov. priemerné tabuľkové údaje pri

oboch periodikách). Osobitosti *Hlavného denníka* sú prinajmenšom dve. Prvou črtou je príznakové, temer výhradné individuálne angažovanie členov redakčnej zostavy pri preberaní informačných zdrojov. Je namieste poznamenať: titulky ku komentovanému statusu prispievateľa na sociálnych sieťach (C1, C4), k spravodajskému zostrihu (C2, C3, C8, C15), k prevzatým komentovaným správam (C5, C11), analýze prepojenej s komentárom (C12) a k hotovým prevzatým autorským komentárom (C19, C20) popri zabezpečovaní a sprostredkúvaní „povinného" informačného poslania poukazujú na častú a zreteľnú aktivizáciu (seba)prezentačnej funkcie. Druhou všeobecnou črtou je „liberálne" stieranie hraníc medzi rubrikami a žurnalistickými aktivitami a produkcia titulkov s expresívnymi súčasťami a bulvárnymi črtami. Bulvarizovanie a zhovorňovanie titulku sa už prvoplánovo prejavuje nasadzovaním príslušných grafických súčastí do titulku – úvodzoviek ako signálov významového posunu, citátov, otáznikov a výkričníkov. Uvedené sklony titulku sa manifestujú na ploche takmer výhradnej 1-vetnej konštrukcie s ustáleným počtom znakov (identifikátor *Char* kolíše v rozmedzí 54 – 103 znakov; priemerná početnosť znakov *Char* v uvedenom rozpoložení predstavuje údaj 77,15).

Zo spektra predurčených funkcií sa prostredníctvom titulku nadsadzuje pútacia, expresívna, propagačná a zábavná funkcia; informačná, orientačná a inštruktážna funkcia sa posúva do okrajovejšieho postavenia. Ukazuje sa, že *Hlavný denník* titulkami štruktúrne, funkčne a kompozične tenduje k weblogovej produkcii a naznačuje sklony zbližovať sa s dorozumievacím úzom na sociálnych sieťach.

Diskusia a záver

Pri tvorbe koncepcie, vymedzovaní východísk, stanovovaní cieľov a rozpracúvaní problematiky štúdie, príprave a fázovaní prieskumu a predstavovaní výsledkov sme sledovali podmienky a prejavy jestvovania titulku v onlinovej žurnalistike. Do koncepčného jadra úsilí sme vsadili zámer osvetliť dynamický vzťah medzi žánrovou neustálenosťou elektronicky podmieneného textu s mediálnymi predispozíciami (alternatívneho periodika) a preskupovaním či rozširovaním potenciálu funkcií, ktoré onlinová žurnalistika sleduje a pokrýva. Popri „tradičných", obligatórne nasadzovaných a obvykle rozmanito prepojených funkciách – pútacej, informačnej (dorozumievacej, komunikatívnej) a presviedčacej funkcii – možno v onlinovej žurnalistike nachádzať a sledovať ďalšie predurčenia a poverenia: inštruktážnu,

expresívnu (apelatívnu) funkciu s ďalšími funkciami – estetickou, referenčnou (deskriptívnou), kontaktovou a metajazykovou funkciou.

Pred vstupom do riešenia problematiky sme sformulovali dva predpoklady. Prvý z nich sa viaže na poznatok o konvergencii (nezriedka protirečivých) procesov v internetovej komunikácii, a to z hľadiska technologických a textovo-komunikačných podmienok. Na dynamiku procesov odohrávajúcich sa v elektronickom mediálnom prostredí vnímavo reagujú najmä titulky ako exponované súčasti žurnalistického produktu. Signály polyfunkčnosti titulku sa zreteľne objavujú v jazykovom (povrchovom, formálnom) ustrojení a v pragmaštylistickom profile titulkov. V onlinovej alternatívnej mediálnej produkcii titulky určujú, naznačujú, podporujú, ale i znáročňujú vzťah k žánrovým predispozíciám mediálneho produktu, ku ktorému utvárajú predstupeň. Druhý predpoklad poukazuje na súčasnú internetovú žurnalistiku: v onlinovom prostredí sa omnoho dynamickejšie uskutočňuje preskupovanie v sústave funkcií (poverení, poslania) titulkov. Ako jednoznačný, viditeľný pragmaštylistický delimitátor úloh a klasifikácie titulkov v onlinovej žurnalistike sa preukazuje fyzický rozmer, početnosť jednotlivín, ich rozloženie v titulku, danosti na primeraný príjem a využitie zo strany čitateľa. Vonkajškovú, formálnu stránku titulku z hľadiska jeho prahového postavenia medzi jazykovými obrazmi sveta pôvodcu a príjemcu (publika) a vo vzťahu k vlastnému mediálnemu produktu považujeme za postrehnuteľný, exaktný a presvedčivý identifikátor pri klasifikácii a pragmaštylistickom vyargumentovaní kvality a hodnoty titulkov v časti onlinovej žurnalistiky.

Kvantitatívne prístupy – číselné údaje nadobudnuté, roztriedené a analyzované prostredníctvom softvérového produktu, posudzované v kontrastívnej sieti a interpretované v príčinných súvislostiach poskytujú podnety, príp. informácie o

- tendenciách, podmienkach a trendoch v pragmaštylistike súčasného titulku,
- (nekonvenčných) zmenách v štruktúre, výrazovej a normatívnej stránke titulkového kánonu,
- vzďaľovaní zásad ustrojenia titulku od vlastného mediálneho produktu,
- vzťahu titulku k aktivovaniu funkcií mediálneho komunikátu,
- funkciách (povereniach, úlohách, poslaniach), ktoré titulok pokrýva, resp. by mal sledovať a napĺňať,
- (slabnúcom) normatívnom stupni účinnosti žánru po presune časti mediálnych aktivít do kyberpriestoru,

- rastúcom konkurovaní neformálnych spôsobov mediálnej komunikácie, najmä pričinením aktivít sociálnych sietí,
- redakčnom úze – profesionalite i individualite zamestnancov a/alebo spolupracovníkov príslušného média.

Samozrejme, postrehy a konštatácie si nenárokujú na zásadné a bezvýhradné uchopenie. Ich účelom je koncepčne podnietiť a argumentačne podporiť uvažovania o modernom titulku, ktorý sa uplatňuje v elektronicky podmienenom prostredí aj v relatívne marginálnej súčasti onlinovej žurnalistiky. Zistenia a poznatky sú predurčené na podporu úsilí pokračovať vo výskumoch titulku, predkladať výsledky a racionálne návrhy na podporu životaschopnosti a poslania titulkov (nielen, ale aj) v onlinovej žurnalistike.

BIBLIOGRAFIA

Bočák, M. (2008). Formát v mediálnych štúdiách: Terminologické úvahy. In M. Bočák & J. Rusnák (Eds.), *Médiá a text 2* (pp. 8–19). Filozofická fakulta Prešovskej univerzity.

Čechová, M., Krčmová, M., & Minářová, E. (2008). *Současná stylistika*. Nakladatelství Lidové noviny.

Findra, J. (2013). *Štylistika súčasnej slovenčiny*. Osveta.

Ftorek, J. (2017). *Manipulace a propaganda na pozadí současné informační války*. Grada.

Goldberg, B. (2005). *Jak novináři manipulují. Stanice CBS očima svého reportéra*. IDEÁL.

Hallin, D. C., & Mancini, P. (2008). *Systémy médií v postmoderním světě: Tři modely médií a politiky*. Portál.

Hörner, G. (2007). *Rychlé čtení. Čtěte rychle a efektivně*. Computer Press.

Minářová, E. (2011). *Stylistika pro žurnalisty*. Grada Publishing.

Mistrík, J. (1972). K štylistike titulku. *Kultúra slova*, *6*(3), 65–68.

Mistrík, J. (1975). *Žánre vecnej literatúry*. Slovenské pedagogické nakladataľstvo.

Mistrík, J. (1977). *Štylistika slovenského jazyka*. Slovenské pedagogické nakladateľstvo.

Mistrík, J. (1989). *Štylistika*. Slovenské pedagogické nakladateľstvo.

Patráš, V. (2009). *Sociolinguistic aspects of electronically determined communication*. Silesian University in Opava, School of Business Administration in Karviná.

Patráš, V. (2011). *Pohotové čítanie a myšlienkové spracovanie textu*. Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici.

Patráš, V. (2020). K sémantike a pragmatike pojmu „alternatívne médium". In B. Afeltowicz & E. Pajewska (Eds.), *Dyskursy trzeciego tysiąclecia 4* (pp. 205–214). Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.

Rončáková, T. (2019). *Žurnalistické žánre* (2nd ed., Rev. ed.). VERBUM – vydavateľstvo Katolíckej univerzity v Ružomberku.

Ruβ-Mohl, S., & Bakičová, H. (2005). *Žurnalistika: Komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Grada Publishing.

Wojtak, M. (2004). *Gatunki prasowe*. Wydawnictwo Universytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

Лысакова, И. П. (2019). *Социолингвистическое исследование советской прессы: Теория и практика*. Издательство РГПУ им. А. И. Герцена.

BIBLIOGRAPHY

(TRANSLITERATION)

Bočák, M. (2008). Formát v mediálnych štúdiách: Terminologické úvahy. In M. Bočák & J. Rusnák (Eds.), *Médiá a text 2* (pp. 8–19). Filozofická fakulta Prešovskej univerzity.

Čechová, M., Krčmová, M., & Minářová, E. (2008). *Současná stylistika*. Nakladatelství Lidové noviny.

Findra, J. (2013). *Štylistika súčasnej slovenčiny*. Osveta.

Ftorek, J. (2017). *Manipulace a propaganda na pozadí současné informační války*. Grada.

Goldberg, B. (2005). *Jak novináři manipulují. Stanice CBS očima svého reportéra*. IDEÁL.

Hallin, D. C., & Mancini, P. (2008). *Systémy médií v postmoderním světě: Tři modely médií a politiky*. Portál.

Hörner, G. (2007). *Rychlé čtení. Čtěte rychle a efektivně*. Computer Press.

Lysakova, I. P. (2019). *Sotsiolingvisticheskoe issledovanie sovetskoĭ pressy: Teoriia i praktika*. Izdatel′stvo RGPU im. A. I. Gertsena.

Minářová, E. (2011). *Stylistika pro žurnalisty*. Grada Publishing.

Mistrík, J. (1972). K štylistike titulku. *Kultúra slova*, *6*(3), 65–68.

Mistrík, J. (1975). *Žánre vecnej literatúry*. Slovenské pedagogické nakladataľstvo.

Mistrík, J. (1977). *Štylistika slovenského jazyka*. Slovenské pedagogické nakladateľstvo.

Mistrík, J. (1989). *Štylistika*. Slovenské pedagogické nakladateľstvo.

Patráš, V. (2009). *Sociolinguistic aspects of electronically determined communication*. Silesian University in Opava, School of Business Administration in Karviná.

Patráš, V. (2011). *Pohotové čítanie a myšlienkové spracovanie textu*. Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici.

Patráš, V. (2020). K sémantike a pragmatike pojmu "alternatívne médium". In B. Afeltowicz & E. Pajewska (Eds.), *Dyskursy trzeciego tysiąclecia 4* (pp. 205–214). Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.

Rončáková, T. (2019). *Žurnalistické žánre* (2nd ed., Rev. ed.). VERBUM – vydavateľstvo Katolíckej univerzity v Ružomberku.

Ruβ-Mohl, S., & Bakičová, H. (2005). *Žurnalistika: Komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Grada Publishing.

Wojtak, M. (2004). *Gatunki prasowe*. Wydawnictwo Universytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

Profil pragmastylistyczny i funkcje nagłówków w alternatywnym dziennikarstwie internetowym

Niezależnie od rodzaju nośnika, nagłówek – zapowiedź i wstęp do dziennikarskiego przekazu – spełnia cztery odpowiadające sobie kryteria. Standardowym zadaniem widocznego wizualnie elementu ramy tekstowej jest przyciągnięcie uwagi odbiorców, zachęcenie ich do gotowości reakcji na dany fragment komunikacji, zapośredniczenie motywów przewodnich oraz określenie możliwej do zaakceptowania dla nich przynależności gatunkowej produktu dziennikarskiego. Współczesne dziennikarstwo internetowe cechuje się wysokim poziomem potoczności. Przejawia się to zacieraniem granic między charakterem oralnym a pisanym (drukowanym) komunikacji, stylem i niejednoznacznością środków stylistycznych, a także nieustannym generowaniem struktur hybrydycznych. Wraz z podstawowymi funkcjami komunikacji, stymulującej, informacyjnej i perswazyjnej – zmienność gatunkowa pozwala na odwołanie się w dziennikarstwie internetowym do innych predeterminacji i funkcji: instruktażowej, ekspresyjnej, konatywnej, estetycznej, referencyjnej (opisowej), kontaktowej i metajęzykowej. Potwierdzenie tych zjawisk można również zauważyć w profilu pragmastylistycznym i w roli nagłówków. W artykule wspomniane procesy zostały poddane analizie na materiale z korpusu nagłówków z alternatywnego dziennikarstwa internetowego.

Słowa kluczowe: pragmastylistyka, publicystyka, dziennikarstwo internetowe, media alternatywne, gatunki, nagłówki, potoczność, struktury hybrydowe

The Pragma-Stylistic Profile and the Purpose of Headlines in Alternative Internet Journalism

Regardless of the type of carrier, the headline – a signal device and a gateway to a journalistic piece of communication – meets four corresponding criteria. The usual mission of the visually noticeable frame component is to attract the recipients' attention, to encourage their readiness to respond to the actual piece of communication, to mediate leitmotifs, and to define an acceptable genre affiliation of a journalistic product. Current internet journalism is characterized by significant colloquialization. This manifests itself by blurring the borders between oralness and writtenness (printedness) in communication, in the style and in the ambiguity of the stylistic procedure, as well as by hybrid structures that are constantly being generated. Along with the primary functions of communication – stimulating, informative and persuasive function – genre volatility allows the application of other predeterminations and functions in internet journalism: instructional, expressive, appellative, aesthetic, referential (descriptive), contact and meta-language. These can also be noticed

in the pragma-stylistic profile and purpose of headlines. In the paper, the aforementioned processes, trends and consequences are explored using a databank of headlines from alternative internet journalism.

Keywords: pragmastylistics, journalistic communication, internet journalism, alternative media, genres, headlines, colloquialization, hybrid structures

Notka o autorze

Vladimír Patráš (vladimir.patras@umb.sk) – językoznawca, profesor lingwistyki ogólnej na Wydziale Filozoficznym Uniwersytetu im. Matej Bela w Bańskiej Bystrzycy (Słowacja). W swojej działalności naukowej, pedagogicznej i publicystycznej zajmuje się komunikacją międzyludzką z perspektywy lingwistyki ogólnej, porównawczej i systemowej, socjolingwistyką, pragmalingwistyką oraz teorią komunikacji. Autor książek: *Interdisciplinárne kooperácie* (2002), *Sociolingvistické aspekty elektronicky podmienenej komunikácie / Sociolinguistic Aspects of Electronically Determined Communication* (2009), *Pohotové čítanie a myšlienkové spracovanie textu* (2011), *Dynamika hovorenej komunikácie v teoretických a aplikačných náhľadoch / Theoretical and Applicative Insights into the Dynamics of Spoken Communication* (2016). Współautor m.in. następujących książek: *Jazyk – komunikácia – spoločnosť* (1997) oraz *Jazyk, média, politika* (2003).

Vladimír Patráš (vladimir.patras@umb.sk) – a linguist, professor of General Linguistics at the Faculty of Arts Matej Bel University in Banská Bystrica (Slovak Republic). In his scientific, pedagogic and publishing activities at home and abroad, he deals with human communication through the visor of general, comparative and systemic linguistics, sociolinguistics, pragmalinguistics and the theory of communication. Author of the books: *Interdisciplinárne kooperácie* [Interdisciplinary Co-operations, 2002]; *Sociolingvistické aspekty elektronicky podmienenej komunikácie / Sociolinguistic Aspects of Electronically Determined Communication* (2009); *Pohotové čítanie a myšlienkové spracovanie textu* [Efficient Reading and Mental Processing of the Text, 2011]; *Dynamika hovorenej komunikácie v teoretických a aplikačných*

náhľadoch / Theoretical and Applicative Insights into the Dynamics of Spoken Communication (2016). Co-author of the books: *Jazyk – komunikácia – spoločnosť* [Language – Communication – Society, 1997]; *Jazyk, média, politika* [Language, Media, Politics, 2003], and others.

Publication History: Received: 2020-09-30; Accepted: 2021-04-18; Published: 2021-12-23